

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika persepsi harga menjadi penyebab timbulnya niat mengunjungi kembali wisatawan ke Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika citra destinasi menjadi penyebab timbulnya niat mengunjungi kembali wisatawan ke Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika nilai yang dirasakan menjadi penyebab timbulnya niat mengunjungi kembali wisatawan ke Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.

4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika persepsi harga menjadi penyebab timbulnya kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika citra destinasi menjadi penyebab timbulnya kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.
6. Hipotesis keenam menyatakan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika nilai yang dirasakan menjadi penyebab timbulnya kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.
7. Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali. **Diterima.** Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Sehingga, dapat diambil kesimpulan jika kepuasan pelanggan menjadi penyebab timbulnya niat

mengunjungi kembali wisatawan ke Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu.

5.2 Implikasi

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga, citra destinasi dan nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan niat mengunjungi kembali. Oleh karena itu untuk dapat menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan niat mengunjungi kembali Taman wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu diharapkan memperhatikan aspek-aspek berikut:

1. Persepsi harga

Pada variabel persepsi harga terdapat 20% respon negatif mengenai perbandingan kualitas layanan dengan harga yang diterapkan oleh Taman wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. Pengelola Taman wisata alam Gunung Tangkuban Perahu diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas layanan menyesuaikan dengan harga yang diterapkan.

2. Citra destinasi

Pada variabel citra destinasi terdapat 19% respon negative mengenai *spot-spot* swafoto yang ada di kawasan Taman wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. Pengelola Taman wisata alam Gunung Tangkuban Perahu diharapkan mampu untuk menambah *spot-spot* untuk kegiatan swafoto para pengunjung.

3. Nilai yang dirasakan

Pada variabel nilai yang dirasakan semua pernyataan mendapatkan respon positif. Para pengunjung Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu memiliki atau mendapatkan pengalaman yang baik dari pengalaman kunjungan. Hal tersebut disebabkan karna keunikan dari Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu itu sendiri.

5.3 Saran

5.3.1 Saran praktis

- a) Pada variabel persepsi harga Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu sudah diharapkan mampu mempertahankan pelayanannya agar dapat dirasa sesuai dengan harga tiket masuk yang dikenakan kepada pengunjung. Penambahan pelayanan seperti penambahan fasilitas umum baik toilet atau tempat ibadah dapat menaikkan kepuasan pengunjung dan meningkatkan tingkat intensitas kunjungan ulang.
- b) Pada variabel citra destinasi, Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu harus dapat mempertahankan elemen-elemen citra destinasi yang ada di Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu, seperti penambahan *spot-spot* untuk ber swa-foto untuk dapat menaikkan kepuasan pengunjung dan meningkatkan tingkat intensitas kunjungan ulang.

- c) Pada variabel *perceived value*, pihak pengelola Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu diharapkan dapat menambahkan sesuatu atraksi yang menarik seperti permainan untuk anak-anak untuk dapat meningkatkan nilai-nilai dari kawasan wisata tersebut yang ditujukan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung yang dapat menimbulkan niat untuk mengunjungi kembali, dan pihak pengelola diharapkan dapat menambah fasilitas bagi penyandang disabilitas agar dapat dinikmati oleh semua kalangan.

5.3.2 Saran teoretis

Penelitian ini dapat dilakukan lagi dengan menggunakan variabel lain walaupun dengan objek penelitian yang sama. Agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat mengunjungi kembali. karena perlu disadari, bahwa hasil penelitian ini tidak bersifat mutlak dan abadi., hal itu karena penelitian akan selalu mengikuti perkembangan zaman, ruang, dan waktu.

Penelitian dapat dilakukan dengan mencari tempat wisata alam lainnya selain Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. Penelitian juga dapat diperdalam dengan menambahkan data-data dan referensi yang lebih akurat dari beberapa sumber. Peneliti selanjutnya juga disarankan menggunakan uji multikolinearitas untuk mengetahui adakah hubungan antar variabel independen.